

<<平台产业经典案例与解析>>

图书基本信息

书名：<<平台产业经典案例与解析>>

13位ISBN编号：9787313086495

10位ISBN编号：7313086490

出版时间：2012-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：徐晋

页数：315

字数：333000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<平台产业经典案例与解析>>

内容概要

平台产业是当今最热门的经济现象，《平台产业经典案例与解析(工商管理系列案例)》选取42个经典平台案例进行分析阐述。

行业类别涵盖：电子商务平台、门户网站、搜索引擎、通讯平台、操作系统平台、人际交往平台、电子支付平台、求职平台、媒体平台、购物平台、娱乐平台、城市经营平台等12个；案例包括：阿里巴巴、新浪、百度、MsN、

Facehook、PayPal、智联招聘、国美电器、超级女声等42个著名平台。

每个案例包括公司简介、平台类型和业务模式、竞争模式等内容。

徐晋编著的《平台产业经典案例与解析(工商管理系列案例)》适合平台经济研究人员、平台产业从业者以及创业者参考阅读。

<<平台产业经典案例与解析>>

作者简介

徐晋:

管理学博士，香港理工大学高级访问学者，哈佛大学亚洲项目研究员，主要研究方向为产业经济学，是平台经济学理论体系的创始人与奠基者。

<<平台产业经典案例与解析>>

书籍目录

第一章 平台：重要的产业经济模式

第一节 平台经济初探

第二节 平台竞争、定价与管制能力

第二章 电子商务平台

第一节 阿里巴巴

第二节 京东商城

第三节 淘宝网

第四节 eBay

第三章 门户网站

第一节 雅虎

第二节 新浪

第三节 搜狐

第四章 搜索引擎

第一节 百度

第二节 Google

第三节 Ha0123

第四节 Gougou

第五章 通讯平台

第一节 QQ

第二节 MSN

第三节 中国移动

第四节 中国联通

第五节 中国电信

第六章 操作系统与应用平台

第一节 Microsoft

第二节 Linux操作系统

第三节 苹果(Apple)

第四节 安卓系统(Android)

第七章 人际交往平台

第一节 Facebook

第二节 世纪佳缘

第三节 校内网

第八章 电子支付平台

第一节 PayPal

第二节 Visa

第九章 求职平台

第一节 智联招聘

第二节 前程无忧

第十章 媒体平台

第一节 有线电视

第二节 报纸

第三节 橡果国际

第十一章 购物平台

第一节 国美电器

第二节 苏宁电器

<<平台产业经典案例与解析>>

第三节 沃尔玛

第四节 家乐福

第五节 Target

第十二章 娱乐平台

第一节 超级女声

第二节 i. Game

第三节 YouTube

第十三章 城市经营平台

第一节 高新技术开发区

第二节 都市圈

第三节 物流中心

第四节 金融中心

参考文献

<<平台产业经典案例与解析>>

章节摘录

三、中国移动的平台分类与业务模式 (一) 中国移动的平台类型 在当今社会,人们在相互交流沟通方式上更多地采用电话,移动作为最大的一个网络运营商,起着沟通两方的作用,形成一个典型的网络平台,根据平台的分类依据,对移动以各种不同的角度进行分类,如下: 对于手机用户来讲,如果不考虑用户在使用中国移动时所缴纳的费用,那么呼叫者和被呼叫者可以自由进入到这个网络平台当中,从开放的程度来看,它属于开放平台。

从连接性质来看,中国移动属于典型的横向平台。

利用移动这个网络平台,打电话的双方可以进行自由交流,接打电话的人都有付费的可能。

中国移动利用各种增值服务以及花费的不断调整来满足客户的各种需求,使用户的规模不断增加,产生规模经济,增加中国移动平台的自身价值,产生强大的网络外部性作用,故从这点来看平台类型,其属于需求协调者。

目前中国移动是国内最大的网络运营商之一,在国内拥有的客户量达到5亿人,并且随着增值业务的不断推出以及更新。

如1995年中国移动推出了第一项增值业务——短信;2002年中国移动的梦网GPRS平台正式商用,开始开展彩信业务;2005年10月,中国移动手机报起用,是中国移动公司联手各大报社媒体,以彩信的形式传送到用户的手机上;2007年年初,中移动宣布Google将植入移动梦网首页等。

(二) 中国移动的平台业务模式 中国移动从以前的高入网费3000~5000元以及较高的通话费每分钟0.5元等逐渐转变到现在的收费模式:2001年7月1日,入网费被彻底废除,基本通话费用为每分钟0.2元,以及双向收费改单项收费模式,同时还有很多品牌的推出,如“动感地带”、“商务干线”、“数码乐园”三大客户品牌,能够满足不同年龄的客户需求,使移动这个平台的功能以及价值逐渐增强。

同时还推出各种套餐活动:“全球通”的本地套餐最便宜资费低于每分钟两角,更有闲时收费每分钟仅为0.12元,当然这种资费的降低也包含技术成本的下降,但这种转变无疑会吸引更多消费层次的人群加入,这些措施都使中国移动平台的价值得到不少提升,平台价值的提升自然会吸引更多的用户加入。

当中国移动平台逐步成熟和具备一定的竞争力时,它制定并维持了一种有利用自身发展和使平台获利的价格模式:双向收费改单项收费。

这种价格模式使被叫者和呼叫者之间形成了费用上的非对称性,并由一方补贴一方。

四、中国移动的平台竞争模式 中国移动与中国联通两者之间在资费、服务、信号质量等方面都存在不同程度的竞争,在这样的环境下,移动为了加强自身的价值,吸引更多的用户,会采取差异化策略,与竞争对手避免产品同质化。

(一) 服务差异化策略 当全球化的浪潮席卷而来的时候,技术的差异化正在缩小,技术平台之间的很多技术达到了共享,那么为了减少平台之间的竞争力度,包括由此导致的价格竞争,服务自然成为商家追求的重要方面。

.....

<<平台产业经典案例与解析>>

编辑推荐

沃尔玛、微软、Google等仅仅诞生十年左右，却迅速发展壮大，超越了很多的传统大企业。他们的发展让人目不暇给，他们的成功让人感觉头晕目眩，他们的经验被渲染的充满传奇，他们的业务则五花八门……可是这些世界新型大企业与传统企业有什么本质不同？他们崛起的秘密到底是什么？

《工商管理系列案例：平台产业经典案例与解析》认为，这些企业的本质都是平台。他们成功的全部秘密，就是对平台的控制！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>